

Para todos los gustos

La Empresa de Licores de Cundinamarca reconoce las diversas preferencias de sus consumidores con un amplio portafolio de productos en constante renovación.

El sabor anisado del aguardiente se ha convertido en un símbolo nacional. Es parte de las celebraciones familiares, las festividades de los pueblos y de los ratos de esparcimiento del colombiano. La Empresa de Licores de Cundinamarca (ELC) lo sabe, y por eso ha trabajado especialmente en esta categoría para ofrecerles a sus consumidores la más amplia variedad de aguardientes de las licorerías públicas del país.

“La ELC tiene el mayor número de referencias en esta categoría. Con esto tratamos de satisfacer los gustos de los consumidores y otorgarle a cada uno lo que espera encontrar cuando

decide consumir los productos. Esto ha llevado a diversificar el portafolio porque hay gente que busca cosas diferentes dependiendo del momento de consumo y de sus preferencias”, asegura Felipe Ruiz, gerente general de Representaciones Continental S.A.S., la comercializadora de la marca Nectar en Cundinamarca desde hace 38 años.

Está marca, lanzada en el año 1962, se inició con el aguardiente Nectar Rojo, una fórmula tradicional que aún se mantiene vigente entre los compradores más fieles. Es por ello que la licorera ha trabajado por mantener intacta la fórmula del sabor

fuerte y tradicional que caracteriza a esta variedad.

La diversificación comenzó en 2001 con la introducción del Nectar Azul, una bebida dirigida a las personas que buscaban un aguardiente de menor intensidad y más suave al paladar. Y por las exigencias del mercado, este producto pasó a ser Nectar Azul sin azúcar en 2006, convirtiéndose así en uno de los primeros anisados sin azúcar en el mercado a nivel nacional.

Después aparecería el Nectar Club, de etiqueta verde. Se trata de otro de los productos sin azúcar que la licorera ofrece. Dentro del portafolio es



PROHIBASE EL EXPENDIO DE BEBIDAS EMBRIAGANTES A MENORES DE EDAD, EL EXCESO DE ALCOHOL ES PERJUDICIAL PARA LA SALUD.

el aguardiente más suave pues contiene menos anís y menos grados de alcohol.

Para complementar la oferta de licores de mayor consumo se incluyó después una variedad: Nectar Rojo sin Azúcar, que apunta a brindarles a los consumidores del aguardiente tradicional una alternativa que conservara el mismo sabor pero sin azúcar. “Sabemos que el aguardiente para ciertos paladares puede llegar a ser un producto con un sabor fuerte, por eso hemos tratado aumentar nuestra oferta para darles gusto a todos los públicos. Quisimos mantener ese producto que ha sido exitoso e innovar con otros para las personas que estaban buscando unos sabores un poco diferentes. Tenemos productos con azúcar, sin azúcar y con grados de anís diferentes. Con eso creamos nuestra mezcla de portafolio”, explica Ruiz.

Por último aparece en 2013 el Nectar Premium, un producto especial en el que la licorera resumió todos los años de experiencia que lleva en el desarrollo de este tipo de bebidas. Esta variedad se caracteriza por tener 29 grados de alcohol, un olor fuerte, pero que consigue conservar la suavidad al pasar. Además de mantener

unas notas de especias que se revelan al final en la boca.

Empacado en una elegante botella, este licor se convirtió en un homenaje de la ELC a sus consumidores, al departamento y a la marca Nectar. Una propuesta audaz que incluso invita al público a romper con la tradicional forma de beber aguardiente, y a

independencia de Colombia, la empresa decidió lanzar el Ron Santafe ocho años en 2010 y dos años después apareció en el mercado el Ron Santafe 12 años ‘Nido de Cóndores’, un producto que sigue la línea del Nectar Premium, con una botella especial. Estos últimos productos se destacan dentro del portafolio de la ELC porque son los únicos que han

» La historia de los rones empezó 35 años después que la de los aguardientes

atreverse a disfrutarlo en un vaso con hielo, para tomarlo detenidamente, disfrutando de los sabores.

EL OTRO SABOR

La historia de los rones de la Empresa de Licores de Cundinamarca empezó 35 años después que la de los aguardientes. Bajo la marca Ron Santafe apareció en 1997 un producto con cuatro años de añejamiento que se convirtió en el punto de partida para un proceso de aprendizaje en esta categoría.

Con motivo del bicentenario de la

obtenido el reconocimiento de Gran Oro de Monde Selection que otorga el concurso World Selections del Monde Selection de Bélgica, el más importante y reconocido del mundo.

“Nuestras marcas Nectar y Ron Santafe, en todas sus variedades, están en un muy buen momento. Vamos a seguir innovando y tratando de identificar lo que el consumidor quiere, para cada vez entregarle una mejor opción costo-beneficio que lo siga manteniendo cercano y fiel a nuestros productos”, concluye Ruiz. ■

